

1. Косік А.Ф., Гронтковська Г.Е. Мікроекономіка: Навч. посібник. – К.: Центр навчальної літератури, 2004. – 416 с. 2. Скворцов І.Б. Ефективність інвестиційного процесу: методологія, методи і практика: Монографія. – Львів: Видавництво Національного університету "Львівська політехніка", 2003. – 312 с.

УДК 339.25

І.Г. Смирнов

Київський національний університет імені Тараса Шевченка

ЛОГІСТИЧНА МОДЕЛЬ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ

© Смирнов І.Г., 2007

Розкрито теоретичні засади логістики туризму як новітнього прикладного напрямку логістики. Запропоновано логістичну модель сталого розвитку туризму в регіоні /країні.

Shown theoretical principles of Logistics in Tourism as the newest applied direction of logistics. Propozed logistical model of tourism sustainable development in region/country.

Постановка проблеми. Логістика туризму – новий науково практичний напрям, який відрізняється високою ефективністю застосування в туристичному бізнесі. Впровадження логістичних засад в управлінні турфірмою (мікрорівень) дає змогу скоротити витрати і в такий спосіб підвищувати ефективність діяльності туристичного підприємства. Застосування логістичних підходів на більш високих таксономічних рівнях (мезо-, макро-) дає змогу забезпечити сталий розвиток туристичного бізнесу в межах туристично-рекреаційної зони, області, країни.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Наукові джерела та публікації з логістики туризму взагалі на мезо- та макрорівні цієї проблеми зокрема, є нечисленні [1]. Хоча в сучасних виданнях з менеджменту туризму, інформатизації туристичного бізнесу логістиці відводиться важливе місце [2, с. 447; 4, с. 7–10]. Сюди ж можна додати публікації автора з цієї проблематики, зокрема монографію [5, с. 198–210] та статті [6; 7; 8; 9].

Формулювання цілей статті. Метою роботи є розкриття сутності логістичних підходів (моделі) до забезпечення сталого розвитку туристичного бізнесу, зокрема на базі використання «Pull-системи» та засади «Just In Time» («точно вчасно»). Теоретичні розробки ілюструються прикладами з практики використання рекреаційно-туристичних ресурсів регіонів України.

Виклад основного матеріалу. Основою міжнародного туризму є туристичні ресурси. Їхня економічна оцінка являє собою вартісний вираз натуральних природних властивостей та соціального значення туристичних ресурсів, їх екологічного стану, а також економічного ефекту від реалізації конкретної пропозиції. Їх логістична оцінка (потенціал) – це максимально можливий потік туристів, який не зашкодить стану самих ресурсів (об'єктів), умовам відпочинку і стану здоров'я туристів, екології регіону їх знаходження, умовам життя місцевого населення. Отже, логістика туризму (зокрема, міжнародного) основним предметом має потоки туристів, які надходять в місця знаходження туристичних ресурсів. Ці потоки є дуже різноманітні за складом туристів, їхніми потребами, маршрутами (дестинаціями), фінансовими можливостями тощо, але у місці споживання туристичної послуги (на туристичному об'єкті) потоки туристів можна виміряти за допомогою таких уніфікованих показників, запропонованих автором, як: а) потужність туристопотоку (кількість туристів на певний момент часу); б) інтенсивність туристопотоку (кількість туристів за певний відрізок часу); в) щільність туристопотоку (густота туристів на км²

рекреаційної площі на певний момент часу); г) ритмічність туристопотоку (тобто його регулярний характер). Звідси постає проблема визначення логістичного потенціалу усіх видів туристичних ресурсів, тобто окреслення максимально можливого туристичного “навантаження” на конкретний туристичний ресурс (об’єкт), що не зашкодить сталому розвитку туристичного бізнесу. Кількісна характеристика логістичного потенціалу туристичного ресурсу (об’єкта) повинна бути пов’язана з видами туристичної діяльності, що генеруються туристичним ресурсом та середовищем цього ресурсу. Так, якщо середовищем є земля (суходіл), то її туристичним ресурсом можуть бути гори. Цей ресурс генерує такі види туризму, як альпінізм, скелелазання, спелеотуризм, трекінг, екологічний туризм тощо. Водне середовище з ресурсом “річка–озеро–море–канал” генерує різні види водного відпочинку (туризму): круїз, яхтинг, підводне плавання, дайвінг, спуск на плотах, рафтинг, плавання на човнах, рибальство тощо. При цьому слід враховувати показники допустимого рекреаційного навантаження на природні ландшафти, які є сталими величинами (таблиця)

Допустиме рекреаційне навантаження на природні ландшафти

Типи територій	Рекреаційне навантаження	
	Літо, чол./км ²	Зима, чол./км ²
Низовинні території	80–120	16–48
Горбисті території, височини	100–150	30–50
Гірські території	120–200	50–100

За допомогою таблиці можна розрахувати логістичний потенціал (тобто максимально допустимий потік туристів), наприклад, для національного парку в Карпатах площею 100 км² – для гірськолижного туризму, або турбази на Південному березі Криму площею 1 км² – під літній відпочинок на березі моря (засмагання, плавання, екскурсії тощо).

Відповідно початковою і програмуючою ланкою розвитку туристичного бізнесу мають бути туристичні ресурси, відповідно до логістичного потенціалу (пропускної спроможності) яких повинні визначатися потоки туристів, а їхні потреби в комплексі необхідних послуг (проживання, харчування, перевезення, програмно-інформаційне забезпечення) мають забезпечуватися розвитком відповідної матеріально-технічної бази туризму. Необхідною умовою сталого розвитку туристичного бізнесу в країні, регіоні є менший обсяг логістичного потенціалу матеріально-технічної бази по відношенню до логістичного потенціалу туристичного ресурсу (об’єкта).

Розрахунки логістичного потенціалу матеріально-технічної бази туризму проведемо на прикладі готельних послуг. Показник місткості готельних послуг регіону (міста) визначається загальною сумою інвентарних готельних місць у всіх готелях (Г):

$$M_{гр} = \Gamma_1 + \Gamma_2 + \dots + \Gamma_n, \quad (1)$$

де $M_{гр}$ – місткість готельного ринку.

Місткість готельного ринку поділяється на дві частини – заповнену і незаповнену. Перша ($+M_{гр}$) визначається сумою зайнятих ліжкомісць (З) в усіх готелях, що утворюють місткість ринку цих послуг:

$$+M_{гр} = Z_1 + Z_2 + \dots + Z_n. \quad (2)$$

Незаповнена частина ринку готельних послуг ($-M_{гр}$) визначається сумою незайнятих ліжкомісць в кожному готелі (Н), що утворюють єдиний ринковий простір:

$$-M_{гр} = H_1 + H_2 + \dots + H_n. \quad (3)$$

Властивість ринку готельних послуг мати позитивний або негативний попит дає змогу застосовувати індекс попиту (I_n), який визначається відношенням заповненої частини (позитивного попиту) до загальної місткості ринку готельних послуг регіону:

$$I_{n+} = \frac{+ M_{гр}}{M_{гр}} \quad \text{або} \quad I_{n-} = \frac{- M_{гр}}{M_{гр}}. \quad (4)$$

Показник, що перевищує більшу частину ринку готельних послуг у позитивному або негативному попиті, і буде визначати стан ринку готельних послуг в регіоні. В подібний спосіб слід оцінити інші можливості розміщення туристів у регіоні – в санаторіях, пансіонатах, будинках та базах відпочинку, кемпінгах, турбазах, оздоровчих таборах тощо. Це стосується також культурно-пізнавальних та спортивних закладів (будинків культури, музеїв, театрів, басейнів, стадіонів, гральних майданчиків тощо).

Відповідність логістичного потенціалу матеріально-технічної бази туризму логістичному потенціалу потоку туристів визначається показником кількості туристів, які прагнуть використати (спожити) туристичні ресурси регіону (місцевості) протягом року, сезону, місяця, доби. Ця кількість туристів може дорівнювати показнику логістичного потенціалу матеріально-технічної бази або бути меншою, але в жодному разі не перевищувати його. У протилежному випадку з'являються “дикі” туристи, різко погіршується комфортність відпочинку, зростає туристичне навантаження на рекреаційні ресурси та об'єкти регіону, країни, що неодмінно призводить до їх деградації. Виразним прикладом останнього підходу є Близні печери Київсько-Печерської Лаври, які через щоденний неконтрольований, надмірний туристопотік протягом багатьох років зазнали зміни мікроклімату печер (температура, вологість, вміст CO₂), що, поряд з іншими чинниками, призвело до обвалу частини печер у 2005 – 2006 рр.

Визначаючи логістичний потенціал вхідного потоку туристів в регіон, країну, слід розрізняти такі різновиди цього логістичного потенціалу, запропоновані автором, як проектний, прогнозний та фактичний. Проектний потік туристів – це максимально можлива (допустима) його величина, яка визначається логістичним потенціалом туристичного ресурсу (об'єкта). Прогнозний потік туристів виявляється на підставі маркетингових досліджень на певний рік, сезон, місяць, день. Зрозуміло, що він не повинен перевищувати відповідний проектний потік туристів. Фактичний потік може відрізнятись від прогнозного, як правило, в бік зменшення через різні форс-мажорні обставини (через так званий “карикатурний скандал” 10 тис. данців відмовилися від вже замовлених турів у Єгипет у лютому 2006 р.¹).

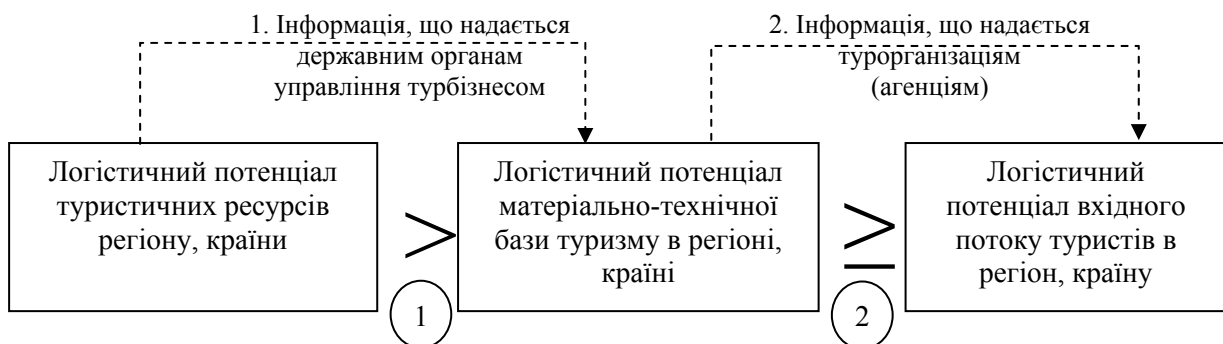


Рис. 1. Логістична модель сталого розвитку туристичного бізнесу в регіоні, країні

Отже, пропонується така логістична модель туристичного бізнесу, яка забезпечує його сталий розвиток в регіоні, країні (рис. 1). У цій моделі перше співвідношення виступає запобіжником першого рівня щодо збереження туристичних ресурсів регіону, країни, а друге, – окрім того, що виступає запобіжником другого рівня, ще й забезпечує бізнесову ефективність використання туристичних ресурсів регіону, країни. Інформаційні потоки у цій моделі теж бувають двох видів: перший вид – це інформація щодо проектного потоку туристів, що надається державним органам управління туризмом (можливо, її слід вказувати в рекреаційному паспорті ресурсу (об'єкта)); другий вид – це інформація, яка надається туроператорами (які переважно володіють матеріально-технічною базою туризму в регіонах) фірмам – турагенціям, – скільки і яких путівок пропонується на продаж.

¹ Сьогодні. – 2006, 10 лютого.

На підставі вищенаведеного матеріалу автором пропонується така комплексна схема логістичного підходу до сталого розвитку туристичного бізнесу в регіоні, країні, що має підставою класичну логістичну “Pull-систему” (рис. 2). Отже, туристичні ресурси регіону, країни визначають їх комплексний логістичний потенціал з туризму, що складається з: 1) логістичного потенціалу кожного виду туристичних ресурсів та об’єктів; 2) логістичного потенціалу матеріально-технічної бази туроператорів, що включає визначення також обсягів виробництва супутніх товарів та послуг в регіоні, країні (перший потенціал повинен бути більший за другий); 3) логістичного потенціалу вхідних туристопотоків, які в жодному разі не повинні перевищувати логістичний потенціал матеріально-технічної бази туризму в регіоні, країні (це досягається регулюванням кількості путівок, які туроператори надають для реалізації турагенціям, що знаходяться в місцях попиту на туристичні послуги.

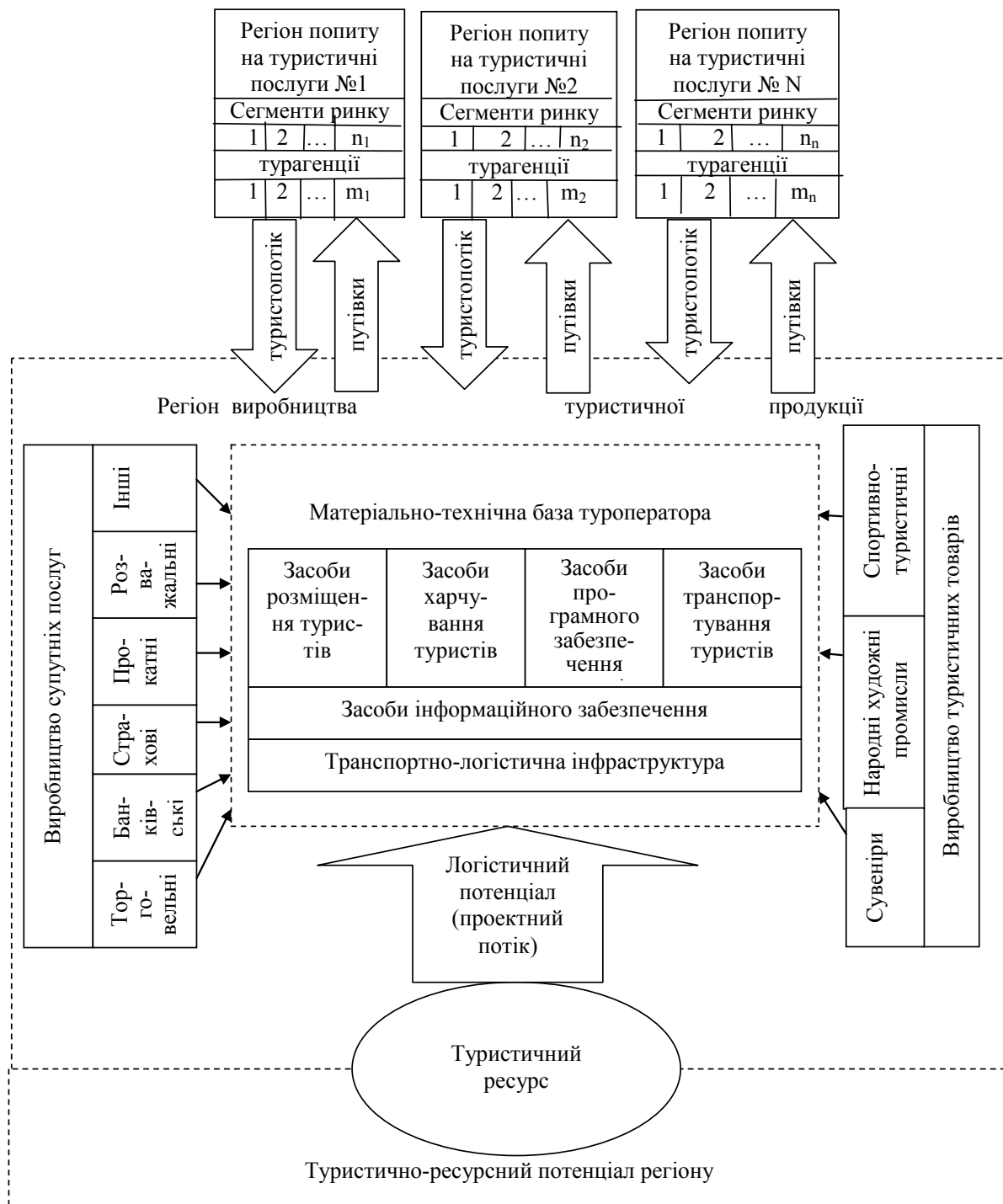


Рис. 2. Комплексний логістичний підхід до сталого розвитку туристичного бізнесу в регіоні, країні

Реалізація комплексного логістичного підходу до сталого розвитку туристичного бізнесу в регіоні, країні на підставі “Pull-системи” неможлива без державної підтримки, оскільки формування або модернізація матеріально-технічної бази туризму в регіоні, країні не підсилу окремим турфірмам, навіть великим. Але, розбудовуючи туристичну індустрію в регіоні, країні, слід використовувати логістичні засади, зокрема “Pull-підхід” та концепцію “точно в термін”.

Наведені вище теоретичні засади щодо застосування логістичного підходу до сталого розвитку туризму в регіоні, країні можна проілюструвати прикладами з України. Зокрема, це місто Бердичів Житомирської області, де сконцентровано таку значну кількість цінних та цікавих туристичних об’єктів, що в літературі це місто недарма називають “коштовним діамантом європейської цивілізації, архітектурним пам’ятником, де поєдналися українська, польська, єврейська, французька, італійська культури” [10]. Серед найвидатніших туристичних об’єктів Бердичева – монастир Босих Кармелітів (XVI – XVII ст.), костел св. Варвари (1826 р.), прилегла до них стара частина міста з поєднанням у її архітектурі стилів бароко, класицизму та еkleктики. З Бердичевом пов’язані імена славетних французьких (О. де Бальзак), англійських (Дж. Конрад), польських (Ю. Словацький, Ю. Крашевський, С. Сераковський, М. Грабовський, М. Чайковський, Т. Бобровський), єврейських (Шолом-Алейхем, М. Мойхе-Сфорім) письменників та поетів. Тут є історичні пам’ятки промислової (пивзавод) та торговельно-банківської архітектури. З Бердичева починаються цікаві радіальні тури до Житомира, Новоград-Волинського (батьківщина Лесі Українки), с. Верхівні (палац Е. Ганської, дружини О. де Бальзака), с. Романівки (пов’язаного з М. Рильським), с. Теренової (народився Дж. Конрад). Можливі тури до Києва, Львова, Вінниці, Умані, Кам’янець-Подільського, Чернівців. Але, з іншого боку, як зазначається в літературі, розвитку туризму на Бердичівщині перешкоджає відсутність достатньої матеріально-технічної бази для прийому та обслуговування туристів (зокрема, готельно-ресторанного господарства); недостатній благоустрій існуючих транспортних комунікацій (як у самих туристичних районах, так і на під’їзних шляхах до них); занедбаний стан багатьох історичних пам’яток та архітектурних об’єктів (так, у маєтку Ганських у с. Верхівня (початок XIX ст.) до цього часу “квартирує” сільськогосподарський технікум, що перешкоджає створенню повноцінного меморіального музею О. де Бальзака [3]). Отже, туристично-ресурсний потенціал Бердичівщини є цілком достатнім, щоб привернути значні потоки іноземних туристів з Польщі, Ізраїлю, Франції, Великої Британії, Білорусії, Росії та ін. країн, а також українських рекреантів та екскурсантів. У той самий час розвиток матеріально-технічної бази туризму та туристичної інфраструктури в м. Бердичеві та районі ще не відповідає його (без перебільшення) могутнім туристично-рекреаційним потенціям, що перешкоджає ефективному розвитку туристичної галузі в регіоні, і отже, гальмує можливості його комплексного соціально-економічного розвитку загалом.

Подібні проблеми спостерігаються в багатьох інших містах України зі значним потенціалом туристичних ресурсів, наприклад, – це Кам’янець-Подільський (пам’ятки польського, турецького та вірменського походження XVI – XVIII ст., а також Козацької доби), Умань (пам’ятка XIX ст. – місце прочанства хасидів, до якого щорічно з’їжджаються на свято Рош-Хана (Новий рік) понад 30 тис. хасидів, – зі США, Ізраїлю та ще з 20 країн світу), Чигирин, Глухів, Батурин (гетьманські “столиці”, пам’ятки XVII – XVIII ст.), Галич (пам’ятка доби Галицько-Волинського князівства XIV – XV ст.) та багато інших. Вони є потенційними туристичними магнітами національного та світового значення, що вже зараз здатні притягнути десятки (як свідчить приклад Умані), а може й сотні тисяч туристів (українських та іноземних), але не маючи сучасної туристичної матеріально-технічної бази та інфраструктури, втрачають реальні можливості заробляти мільйони доларів на “продажу” своїх туристичних послуг та атракцій.

Висновки. Отже, розвиток туристичного бізнесу в Україні взагалі та в регіонах зокрема, має великі перспективи, враховуючи значні рекреаційно-туристичні ресурси. Рациональне їх використання та збереження можливе на шляху впровадження в практику туристичної індустрії України логістичних прийомів та підходів. Однією з таких новітніх концепцій є “Pull-підхід”, що дає змогу координувати обсяги туристопотоків з пропускними можливостями (логістичним

потенціалом) туристичних ресурсів та об'єктів, а також матеріально-технічної бази туризму в регіоні, країні. Застосування пропонованого підходу дає можливість значно зменшити, а в ідеалі виключити, ризики погіршення стану туристичних ресурсів в регіоні, екологічної ситуації, зниження якості туристичних послуг, що надаються, загрози здоров'ю та безпеці туристів тощо, отже, послужить основою для визначення стратегії сталого розвитку туризму в регіоні, країні.

1. Гвозденко Н.А. *Логистика в туризме*. – М.: Гардарики, 2004. 2. Квартальнов В.А. *Стратегический менеджмент в туризме: современный опыт управления*. – М.: Финансы и статистика, 2000. 3. Костриця М.М. *Шляхи вдосконалення туристичного комплексу Житомирщини // Велика Волинь: Наук. зб. – Т. 22. – Житомир, 2002. – С. 331–335*. 4. Плотникова Н.И. *Комплексная автоматизация туристического бизнеса. – Ч.1: Информационные технологии в туризме*. – М.: Финансы и статистика, 2000. 5. Смирнов І.Г. *Логістика: просторово-територіальний вимір: Монографія*. – К.: Обрії, 2004. 6. Смирнов І.Г. *Логістика туризму: Макрорівень (на прикладі України) // Туристично-краєзнавчі дослідження*. – К., 2004. Вип. 5. – С. 262–269. 7. Смирнов І.Г. *Логістика туризму: Мезорівень (на прикладі регіонів України) // Туристично-краєзнавчі дослідження*. – К., 2004. Вип. 6. – С. 414–426. 8. Смирнов І.Г. *“Pull-система” в логістике туризма // Дистрибуция и логистика*. – 2005. – №3. – С.12–15. 9. Смирнов І.Г. *Логістика рекреації та туризму як чинник їх сталого розвитку // Логистика. Проблемы и решения*. – 2006. – №3. – С.54–56. 10. Федорук О. *Бердичівська земля в контексті історії України // Велика Волинь: Наук. зб. – Житомир, 1999. – Т.19. – С. 4, 5*.

УДК 338 : 339.166.5

Н.О. Шпак, К.І. Дмитрів

Національний університет “Львівська політехніка”

ПРОБЛЕМИ І ПЕРСПЕКТИВИ УПРАВЛІННЯ НЕМАТЕРІАЛЬНИМИ АКТИВАМИ ПІДПРИЄМСТВА

© Шпак Н.О., Дмитрів К.І., 2007

Розглянуто актуальні проблеми управління нематеріальними активами, наведено переваги, отримані під час використання нематеріальних активів та переваги їх ефективного використання, подано рекомендації щодо вибору політики управління об'єктами інтелектуальної власності.

The issue of the day of immaterial assets management is considered in the article, resulted advantages got during the use by immaterial assets and advantage of their effective use, recommendations are given in relation to the choice of policy of management by the objects of intellectual property.

Постановка проблеми. Зміни, що відбуваються в сучасній економіці України, обумовлюють необхідність глибшого розуміння якісного управління нематеріальними активами підприємств. Динамічний розвиток науково-технічного прогресу сприяє інтелектуалізації ринкової економіки. Потрібно визначити існуючі проблеми і перспективи управління нематеріальними активами, що в подальшому дасть можливість керівництву будь-якої організації вибрати необхідну політику щодо об'єктів інтелектуальної власності та підвищити ефективність її функціонування.